Office de la protection du consommateur

Rapport annuel 1983-1984

Québec

Le contenu de cette publication
a été rédigé par l'Office de la
protection du consommateur

Cette édition a été produite par
la Direction générale des
publications gouvernementales

Dépôt légal — 2e trimestre 1984
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-551-06293-4
ISBN 0228-8435

© Gouvernement du Québec

Monsieur Richard Guay
Président de l'Assemblée nationale
Édifice Pamphile-Lemay
Québec (Québec)

Monsieur le Président,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1er avril 1983 au 31 mars 1984.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les plus respectueux.

Le ministre de l'Habitation et
de la Protection du consommateur,

Guy Tardif

Québec, juin 1984

Monsieur Guy Tardif
Ministre de l'Habitation et de
la Protection du consommateur
Édifice G
Québec (Québec)

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre, en votre qualité de ministre de l'Habitation et de la Protection du consommateur, le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1er avril 1983 au 31 mars 1984.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

Le Président,

Gilles Moreau

Québec, juin 1984

Table des matières

Les mandats de l'Office de la protection du consommateur 9

Le Conseil de l'Office 11

L'entité administrative 13

- **Les ressources humaines 13**
- **La structure 14**
- **Les ressources financières 15**

Les activités de 1983-1984 17

La Direction des bureaux régionaux 19

La Direction des affaires juridiques 27

La Direction des communications 31

La Direction de la recherche 33

La Direction de l'administration et du personnel 35

Le Secrétariat 37

Les mandats de l'Office de la protection du consommateur

L'Office de la protection du consommateur a été constitué en vertu de la Loi sur la protection du consommateur adoptée le 22 décembre 1978. L'Office est responsable de surveiller l'application de la Loi sur la protection du consommateur, de la Loi sur le recouvrement de certaines créances et de la Loi sur les agents de voyages.

L'Office de la protection du consommateur est rattaché au ministre de l'Habitation et de la Protection du consommateur, monsieur Guy Tardif. En plus de l'Office, le ministre est responsable de la Régie du logement, de la Société d'habitation du Québec et de la Régie des entreprises de construction du Québec. Le Service du courtage immobilier et la Direction générale de l'inspection font aussi partie du ministère de l'Habitation et de la Protection du consommateur. Le Ministère et la Société d'habitation du Québec, depuis le 26 octobre 1983, assurent également la coordination et le soutien aux programmes *Corvée-habitation* et *Équerre* qui relèvent du ministre.

Le ministère de l'Habitation et de la Protection du consommateur, créé le 18 juin 1981, a la responsabilité:

- d'élaborer une politique et d'établir des programmes permettant aux Québécois:
  - de satisfaire à leur besoin de se loger convenablement, et ce à un prix abordable;
  - d'être en mesure de se défendre adéquatement dans la satisfaction de leurs divers besoins de consommation tout en ayant la possibilité de bénéficier, au besoin, de la protection qui peut leur être dispensée;
- de mettre en oeuvre cette politique, en intervenant directement, ou par le truchement de ses organismes, pour administrer les programmes mis au point en vue d'atteindre des objectifs communs.

Ce regroupement, sous la responsabilité d'un même ministre, permet une collaboration et une concertation accrues entre des organismes qui ont des vocations nettement complémentaires en habitation et en protection du consommateur. Il entraîne même la mise en commun de certaines ressources ou expériences, d'où découlent une plus grande efficacité et un meilleur service aux citoyens. De plus, le Ministère attache beaucoup d'importance à la consultation des divers milieux concernés; la table de concertation de *Corvée-habitation* en est un exemple vécu avec grand succès.

En vertu de l'article 292 de la Loi sur la protection du consommateur, l'Office est chargé:

- de surveiller l'application de la Loi sur la protection du consommateur et de toute autre loi en vertu de laquelle une telle surveillance lui incombe;
- de recevoir les plaintes des consommateurs;
- d'éduquer et de renseigner la population sur ce qui a trait à la protection du consommateur;
- de faire des études concernant la protection du consommateur et, s'il y a lieu, de transmettre ses recommandations au ministre;
- de promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et de coopérer avec ces services ou organismes;
- de sensibiliser les commerçants, les manufacturiers et les publicitaires aux besoins et aux demandes des consommateurs;
- de promouvoir les intérêts des consommateurs devant un organisme gouvernemental dont les activités affectent le consommateur;
- d'évaluer un bien ou un service offert au consommateur;
- de coopérer avec les divers ministères et organismes gouvernementaux du Québec en matière de protection du consommateur et de coordonner le travail accompli dans ce but par ces ministères et organismes;
- de créer, par règlement, des conseils consultatifs régionaux de la protection du consommateur pour les régions qu'il fixe, déterminer leur composition, leurs fonctions, devoirs et pouvoirs, les modalités d'administration de leurs affaires et prévoir les émoluments de leurs membres.

Lois relevant de la responsabilité de l'Office

Loi sur la protection du consommateur (L.R.Q., c. P-40.1)

Loi sur le recouvrement de certaines créances (L.Q., 1979, c. 70)

Loi sur les agents de voyages (L.R.Q., c. A-10)

Le Conseil de l'Office

Le 4 avril 1979, le Conseil des ministres mettait en vigueur les dispositions de nature administrative de la Loi sur la protection du consommateur adoptée le 22 décembre 1978. Une des dispositions majeures de cette loi constituait un office d'au plus quinze membres nommés par le gouvernement et stipulait que ces membres doivent, en raison de leurs activités, être susceptibles de contribuer d'une façon particulière à la solution des problèmes des consommateurs.

Le Conseil doit, entre autres tâches, déterminer les objectifs généraux de l'Office et s'assurer que la programmation des activités de chacune de ses directions permette de traduire ces objectifs en projets concrets. Au cours de l'année, la programmation soumise au Conseil a fait l'objet de quatre évaluations trimestrielles et d'une évaluation globale en regard des objectifs déterminés au début de la période. Cette évaluation a permis d'identifier les priorités d'intervention pour l'année 1984-1985.

En 1983-1984, les membres de l'Office ont tenu 10 réunions pour discuter de questions touchant l'application des lois sous la responsabilité de l'Office et de plusieurs questions d'intérêt pour les consommateurs. Parallèlement à ces discussions, les membres du Conseil se sont intéressés aux dossiers menés par l'Office au cours de l'année et ils sont intervenus dans des domaines touchant la protection du consommateur.

Ils se sont également penchés sur d'autres dossiers d'importance par des travaux en comités. Les comités, que le Conseil a le pouvoir de former en vertu de son règlement de régie interne, lui permettent d'approfondir certains dossiers qui demandent une attention et une expertise particulières. Cette année, deux comités ont siégé, soit celui des subventions et celui de la législation.

Les membres de l'Office

Les personnes qui ont siégé au Conseil d'administration de l'Office au cours de l'exercice sont:

- Madame Madeleine Arbour, décoratrice, membre de la Société des décorateurs-ensembliers du Québec;
- Madame Micheline Baril, professeure à l'École de criminologie de l'Université de Montréal;
- Madame Monique Bernatchez-Tardif, vice-présidente de l'Office de la protection du consommateur;
- Monsieur Claude Blanchet, directeur général de la Société de développement coopératif;
- Monsieur Jacques E. Castonguay, avocat de pratique privée, spécialiste dans le droit du travail et de la consommation;
- Madame Solange Chalvin, administratrice, directrice de l'Organisation et soutien à l'Office des services de garde à l'enfance;
- Monsieur Vincent Dumas, commissaire au Bureau d'audiences publiques sur l'environnement;
- Madame Solange Fernet-Gervais, animatrice sociale et membre élue ou nommée de plusieurs organismes;
- Madame Micheline Fortin, journaliste et recherchiste à l'émission Hebdo-Dimanche de Radio-Canada;
- Madame Christiane Gauthier-Tougas, chef du Service de diététique et membre du Conseil d'administration de l'Hôtel-Dieu de Montréal;
- Madame Élisabeth Hone-Bellemare, professeure de psychologie à l'éducation des adultes, dans les institutions suivantes: Université de Montréal, Cégep Bois-de-Boulogne et Cégep du Vieux-Montréal;
- Monsieur Jacques Lemay, directeur du Centre communautaire juridique de l'Estrie;
- Madame Stella Marsolais-Cuccioletta, directrice générale et conseillère en voyages au Club Voyages Lajeunesse;
- Monsieur Gilles Moreau, président de l'Office de la protection du consommateur;
- Monsieur Rolland Pelletier, permanent responsable à l'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) de Granby;
- Monsieur Pierre Sylvestre, avocat de pratique privée, oeuvrant particulièrement avec les organismes communautaires de la région de Montréal dans les domaines de la santé, de l'éducation, de la consommation, du logement, des droits sociaux et de l'aménagement;
- Monsieur François Thérien, agent de recherche et de planification au Projet-Nord du département de santé communautaire du Centre hospitalier de l'Université Laval et rédacteur en chef de la revue Études / Inuit / Studies;
- Madame Lucille Théroux-Saint-Laurent, travailleuse communautaire auprès des familles et de l'enfance au Centre local de services communautaires de Longueuil-Est.

Présences aux réunions du conseil

Noms \ Date	1983-04-06/07	1983-06-13	1983-07-18	1983-09-16	1983-10-28	1983-11-25	1983-12-16	1984-01-27	1984-02-24	1984-03-30
Arbour, Madeleine		(1) X		X		X	X			
Baril, Micheline		(1) X	X		X	X	X		X	X
Bernatchez-Tardif, Monique	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Blanchet, Claude	X			(2) X						
Castonguay, Jacques E.		X	X	X	X		X		X	X
Chalvin, Solange					(1) X	X		X	X	X
Dumas, Vincent					(1) X	X		X	X	
Fernet-Gervais, Solange	X	X	X	(2) X						
Fortin, Micheline	X	X	X	(2) X						
Gauthier-Tougas, Christiane					(1) X	X	X		X	X
Hone-Bellemare, Élisabeth	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Lemay, Jacques	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Marsolais-Cuccioletta, Stella					(1) X		X		X	X
Moreau, Gilles	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pelletier, Rolland	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sylvestre, Pierre		(1) X	X	X	X	X	X	X	X	X
Thérien, François					(1) X	X	X	X	X	X
Théroux-Saint-Laurent, Lucille					(1) X	X	X		X	X

(1) Début de mandat (2) Fin de mandat

L'entité administrative

Les ressources humaines

Le 31 mars 1984, les effectifs de l'Office de la protection du consommateur comprenaient 227 postes autorisés dont 206 étaient occupés par des employés réguliers. La répartition des postes par catégorie d'emploi et par centre administratif est la suivante:

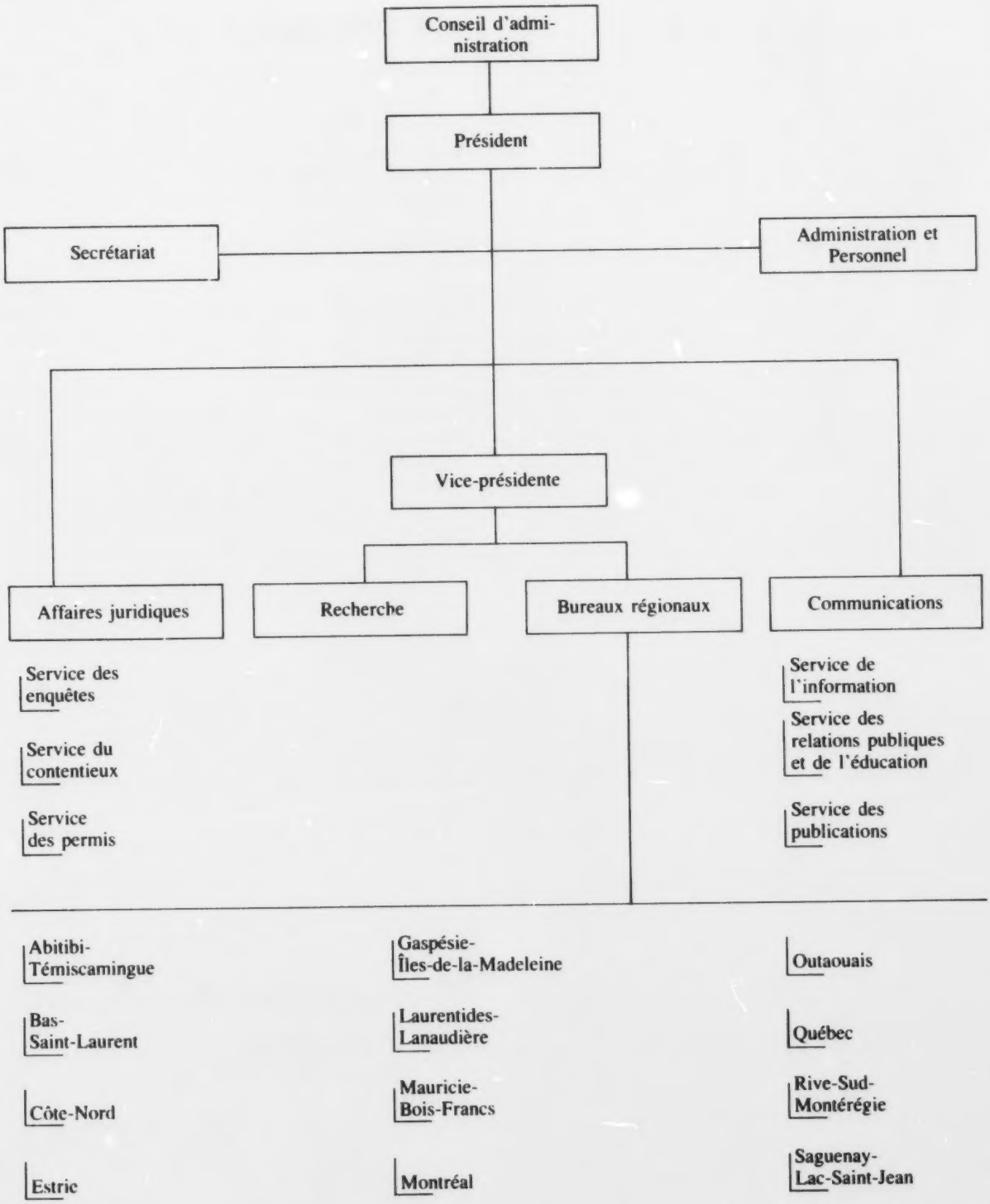
Effectifs au 31 mars 1984[1]

Catégorie d'emploi	Postes occupés	Postes vacants	Postes autorisés
Cadres	14	—	14
Professionnels	74	8	82
Agents de maîtrise	2	—	2
Techniciens	23	—	23
Préposés aux renseignements	26	11	37
Personnel de bureau	67	2	69
Total	**206**	**21**	**227**

(1) Précisons que pour répondre aux exigences gouvernementales en matière de compression d'effectifs, deux postes ont été retranchés des effectifs totaux de l'Office au cours de l'exercice financier.

Employés réguliers par centre administratif au 31 mars 1984

Catégorie d'emploi	Bureaux administratifs Québec	Montréal	Bureaux régionaux	Total
Cadres	8	6	—	14
Professionnels	28	33	13	74
Agents de maîtrise	2	—	—	2
Techniciens	7	2	14	23
Préposés aux renseignements	—	—	26	26
Personnel de bureau	28	5	34	67
Total	**73**	**46**	**87**	**206**


Conseil d'administration
Président
Secrétariat
Administration et Personnel
Vice-présidente
Affaires juridiques
Recherche
Bureaux régionaux
Communications
Service des enquêtes
Service du contentieux
Service des permis
Service de l'information
Service des relations publiques et de l'éducation
Service des publications
Abitibi-Témiscamingue
Bas-Saint-Laurent
Côte-Nord
Estrie
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
Laurentides-Lanaudière
Mauricie-Bois-Francs
Montréal
Outaouais
Québec
Rive-Sud-Montérégie
Saguenay-Lac-Saint-Jean

Le personnel de direction

Bureau de direction

Président:	Gilles Moreau
Vice-présidente:	Monique Bernatchez-Tardif
Adjoint exécutif:	Jacques Vignola
Secrétariat:	Léon Samuel
Direction des affaires juridiques:	Jacques Dagenais
Service du contentieux:	Pierre Valois
Service des enquêtes:	Maurice Bussières
Service des permis:	Roger Desrochers
Direction des communications:	Suzanne Beaulieu
Service de l'information:	André Lachapelle
Service des relations publiques et de l'éducation:	Françoise Cloutier
Service des publications:	Jacques Elliott
Direction de la recherche:	Francine Boulet
Direction de l'administration et du personnel:	Gaétan Ste-Marie
Direction des bureaux régionaux:	Yvon Bélair

Les responsables des bureaux régionaux

Abitibi-Témiscamingue:	Pierre Aubry
Bas-Saint-Laurent:	Danielle Daigneault
Côte-Nord:	Yves Leclairc
Estrie:	Francine Dufour
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine:	André Kelly
Laurentides-Lanaudière:	Jean-Jacques Marchand
Mauricie-Bois-Francs:	Jacques Brochu
Montréal.	Robert Bisaillon
Outaouais:	Micheline Y. Gamache
Québec:	Claude Ruel
Rive-Sud-Montérégie:	Hélène Duquette
Saguenay-Lac-Saint-Jean:	Léonard Fortin

Les ressources financières

Ressources budgétaires 1983-1984

Super-catégories de dépenses	Catégories de dépenses	$
Dépenses de fonctionnement	Traitements, salaires, etc.	5 967 800
	Autres rémunérations	307 700
	Transport et communications	387 100
	Services professionnels	1 689 600
	Entretien et réparations	1 100
	Loyers	312 000
	Fournitures et approvisionnement	72 000
	Autres dépenses	5 000
Dépenses de capital	Matériel et équipement	12 100
Dépenses de transfert	Subventions	603 200
Budget total		**9 357 600**

Les activités de 1983-1984

En 1983-1984, l'Office de la protection du consommateur a mis de l'avant des activités visant à atteindre les huit grands objectifs suivants:

- mieux connaître les besoins, attentes et aspirations des clientèles desservies à l'égard des lois et services qu'il administre, afin de mieux évaluer et orienter ses politiques et programmes;
- assurer la surveillance de l'application des lois sous sa responsabilité;
- favoriser, par l'information, l'éducation et la sensibilisation, une plus grande autonomie du consommateur;
- rejoindre les consommateurs à faibles revenus;
- promouvoir une plus grande coopération et accroître le soutien technique aux associations de consommateurs dans la réalisation de projets où l'action de chacun est complémentaire;
- favoriser, chez les gens d'affaires, une meilleure compréhension des lois administrées de même qu'une plus grande acceptation des responsabilités qui en découlent;
- veiller à offrir des services de qualité aux consommateurs;
- définir son rôle en regard des dossiers non régis par ses lois et déterminer des moyens d'intervention à ce chapitre.

Au cours de l'exercice financier, l'Office a mis un accent particulier sur la prévention en matière de consommation. Des efforts ont surtout porté sur l'information, par la voie de communiqués de presse, la participation à des chroniques régulières et à des entrevues ponctuelles dans des médias électroniques, ainsi que les magazines mensuels *Protégez-Vous* et *Protect Yourself*.

Par ailleurs, conscient que les bonnes habitudes de consommation s'acquièrent dès l'enfance, l'Office a continué d'élaborer, à l'intention des consommateurs d'âge scolaire, le contenu d'un programme d'éducation à la consommation. La mise à l'essai de ce programme a débuté en janvier 1984 dans 10 écoles du Québec. Ce programme deviendra obligatoire aux niveaux primaire et secondaire à l'automne 1986 et touchera un million d'élèves.

Il est important de signaler la collaboration étroite de l'Office avec les associations de consommateurs. Tout au long de l'année, des contacts réguliers ont été maintenus avec ces associations en vue de les appuyer dans la réalisation de leur travail auprès du public. En outre, l'Office a participé activement à la réalisation d'une campagne de promotion des associations de consommateurs dont les résultats ont été positifs.

Mentionnons, d'autre part, que dans le traitement des demandes reçues par les 12 bureaux régionaux, l'accent a été mis sur une approche favorisant l'autonomie du consommateur. Dans tous les cas qui s'y prêtaient, le consommateur était encouragé à prendre en charge le règlement de son problème ou, à tout le moins, à collaborer activement à sa solution.

L'Office a également adopté un plan d'action visant à accroître la qualité de ses relations avec le public. Ce plan a été déposé le 1er septembre 1983 au Secrétariat des relations avec les citoyens et les citoyennes. Il comprenait une série de mesures touchant, notamment, l'accessibilité des bureaux, le système téléphonique, l'identification du personnel et l'aménagement de structures d'accueil pour les visiteurs. Des réalisations qui se sont concrétisées en 1983-1984, soulignons, entre autres, la restructuration des services téléphoniques des bureaux de Québec et de Montréal, qui a permis de doubler le nombre de lignes destinées aux consommateurs. De plus, l'Office a fusionné ses deux bureaux régionaux de Montréal afin de consolider le travail de leurs effectifs pour répondre plus adéquatement aux demandes du public. D'autre part, l'Office a réalisé des études en vue de lui permettre d'offrir au public un service continu entre 8 h 30 et 17 h 00, à ses bureaux régionaux de Québec et de Montréal. Ce service est entré en vigueur le 2 avril dernier.

Encore cette année, les services au public rendus par le personnel des 12 bureaux régionaux ont connu une hausse marquée. Le nombre de demandes de renseignements reçues a augmenté de 27%, passant de 121 215 à 154 091. Quant aux plaintes, l'Office en a enregistré 163 311, soit 1,8% de plus qu'en 1982-1983.

Comme par le passé, le secteur de l'automobile se classe au premier rang. Compte tenu des plaintes reçues, l'Office a poursuivi sa surveillance constante dans ce domaine, tout comme dans ceux de la réparation des téléviseurs et des gros appareils ménagers.

En ce qui concerne le traitement des plaintes, l'Office a favorisé le règlement global des dossiers des personnes lésées par un même commerçant. Ce type d'intervention vise à obtenir l'indemnisation du plus grand nombre possible de consommateurs.

L'Office a, par ailleurs, intenté 618 poursuites contre des commerçants dont les pratiques commerciales semblaient douteuses. Le nombre de condamnations obtenues est de 478, pour un total de 411 920 $ d'amendes.

D'autre part, dans le but d'informer les consommateurs sur les variations de prix dans le domaine de

l'alimentation, l'Office a entrepris un projet de relevé mensuel des prix du panier à provisions dans chacune des régions du Québec. Les informations otenues dans le cadre de ce projet sont publiées mensuellement dans le magazine *Protégez-Vous* depuis septembre 1983.

En ce qui concerne les victimes de la MIUF, le bureau de dépannage mis sur pied en 1981-1982 pour leur venir en aide a cessé ses opérations après avoir reçu et traité les demandes de plus de 16 000 ménages. De ce nombre, un peu plus de 5 300 se sont vu référés à un département de santé communautaire pour évaluation de leur état de santé. Enfin, 487 dossiers ont été transmis à la Société d'habitation du Québec pour fins de subventions de relogement. Pour ce qui est des causes types, l'Office assume l'administration de l'aide financière accordée par le gouvernement. Commencé en septembre 1983, le procès se poursuit dans les six causes inscrites en Cour supérieure.

Mentionnons, enfin, que l'Office a jeté les bases d'une politique d'intervention dans les domaines non régis par ses lois; l'organisme entend ainsi augmenter graduellement ses interventions dans ce secteur.

La Direction des bureaux régionaux

Soucieux de l'accessibilité de ses services auprès des consommateurs québécois, l'Office, par l'intermédiaire d'un réseau de 12 bureaux régionaux, assure une présence dans les différentes régions administratives du Québec.

Les bureaux régionaux accueillent la quasi-totalité des demandes des consommateurs qui, à un moment ou l'autre, éprouvent le besoin de recourir aux services de première ligne offerts par l'organisme. Ces services peuvent être regroupés en trois catégories qui correspondent aux fonctions principales dévolues à un bureau régional:

- la surveillance de l'application des lois;
- le renseignement;
- l'information et l'insertion dans le milieu.

Le service à la clientèle

Au cours du présent exercice, la Direction des bureaux régionaux a mis un accent particulier sur diverses mesures visant à accroître la qualité du service à la clientèle. Soulignons, à cet égard, la restructuration des services téléphoniques à Québec et à Montréal; cette restructuration a permis de doubler le nombre de lignes téléphoniques destinées aux consommateurs. Certains autres bureaux régionaux ont aussi réaménagé leur service téléphonique afin d'utiliser plus efficacement l'équipement mis à leur disposition.

La Direction des bureaux régionaux a également produit des pochettes et des guides d'information destinés à informer le public sur des sujets ayant trait à la consommation. Enfin, les bureaux régionaux ont porté une attention particulière au processus d'indemnisation des consommateurs et ceci par diverses mesures; le taux d'indemnisation de l'exercice 1983-1984 est de 57%.

La fonction première d'un bureau régional étant le service de base à la clientèle, c'est-à-dire la réponse aux demandes de renseignements et le traitement des plaintes des consommateurs, les activités du personnel sont prioritairement orientées en ce sens.

Les services offerts par un bureau régional seront différents selon qu'une demande de renseignement ou une plainte concerne ou non un domaine régi par la Loi sur la protection du consommateur, la Loi sur le recouvrement de certaines créances ou la Loi sur les agents de voyages. Par domaine régi, on entend tout contrat conclu entre un consommateur et un commerçant dans le cours de son commerce et ayant pour objet un bien, un service ou une réparation, ainsi que tout message publicitaire servant à annoncer ces biens et services. La loi ne couvre cependant pas ce qui touche le domaine de l'immobilier, à l'exception de la rénovation domiciliaire lorsque le consommateur fait affaires avec un vendeur itinérant.

Pour ce qui est des demandes de renseignements concernant l'un ou l'autre aspect des secteurs commercial, manufacturier ou publicitaire dont les activités sont régies par les lois, les bureaux régionaux fournissent aux consommateurs les informations pertinentes ayant trait à un conseil avant achat, à un test sur un produit ou un service, à la documentation disponible, ou à l'une ou l'autre des lois que l'Office administre. Dans le cas des plaintes relatives à ces mêmes domaines, l'intervention des bureaux régionaux vise à privilégier la prise en charge des consommateurs par eux-mêmes ainsi que leur indemnisation s'ils ont été lésés.

Par ailleurs, dans le cas de plaintes relatives à d'autres domaines, les bureaux régionaux acheminent les consommateurs vers les organismes habilités à leur répondre. À ce chapitre, l'Office collabore régulièrement avec des ministères et organismes gouvernementaux afin de donner satisfaction à des demandes des consommateurs.

La surveillance de l'application des lois

Les services reliés à l'application des lois consistent essentiellement pour le personnel des bureaux régionaux à recevoir et, le cas échéant, à traiter les plaintes que les consommateurs formulent en rapport avec les lois dont la responsabilité incombe à l'Office.

Cette année, les bureaux régionaux ont reçu au total 317 402 demandes de consommateurs, soit 13% de plus qu'au cours de l'exercice précédent.

Le nombre de plaintes se rapportant à des secteurs du ressort de l'Office a augmenté de 2% par rapport à l'exercice précédent, atteignant le total de 98 559. À cet égard, le domaine de l'automobile se classe au premier rang avec 37 349 plaintes reçues, soit 38% du total des plaintes. Les consommateurs allèguent surtout des vices cachés, le non-respect des garanties et la courte durée de vie des véhicules. Les plaintes ayant trait à la construction, à la rénovation domiciliaire et à l'isolation viennent en second lieu: 8 621, soit 9% du total. Les secteurs des appareils domestiques et de l'audio-visuel suivent avec respectivement 6% et 5,5% du total, soit 5 701 et 5 480 plaintes. Le secteur du mobilier représente 5% du total des plaintes régies. Les autres plaintes se rapportent à des sujets variés.

Répartition des demandes adressées aux bureaux régionaux en 1983-1984

	Plaintes		Demandes de renseignements		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Domaines régis par les lois de l'OPC	98 559	31,05	90 285	28,45	188 844	59,50
Domaines non régis par les lois de l'OPC	64 752	20,40	63 806	20,10	128 558	40,50
Total	**163 311**	**51,45**	**154 091**	**48,55**	**317 402**	**100,00**

Le nombre de dossiers traités dans les bureaux régionaux et relatifs à des plaintes ayant trait à des domaines couverts par la loi est de 6 694 pour 1983-1984, soit presque le même que l'an dernier avec 6 627. C'est le secteur de l'automobile également qui se classe au premier rang à ce chapitre, représentant 30% de l'ensemble des dossiers. Vient ensuite le secteur de la vente itinérante, particulièrement dans le domaine de l'isolation et de la rénovation domiciliaire avec 23% du nombre de dossiers de plaintes. Suivent, par ordre d'importance, les dossiers ayant trait aux garanties, avec 8,2%; au louage de services à exécution successive, avec 7,4%; et aux pratiques de commerce, avec 7,2%.

Par ailleurs, le personnel des bureaux régionaux a reçu 64 752 plaintes concernant des domaines qui ne sont pas du ressort de l'Office. Ces plaintes concernaient quatre secteurs principaux: l'immobilier, l'automobile (ventes entre consommateurs), les services de ministères et organismes publics et les assurances.

Le renseignement

En plus d'être intervenu dans les cas de plaintes de consommateurs, le personnel des bureaux régionaux a traité 154 091 demandes de renseignements au cours de l'exercice financier. Parmi ces demandes, on en dénombre 90 285 qui concernent un domaine régi par les lois administrées par l'Office. Il s'agissait principalement de consommateurs demandant des conseils avant achat concernant l'automobile, les appareils domestiques et la rénovation domiciliaire (isolation). On note également de nombreuses demandes de documentation, tests, dépliants, brochures, se rapportant aux lois administrées par l'Office ainsi qu'aux services qu'il offre.

Les demandes de renseignements relatives à des domaines autres que ceux couverts par les lois se sont chiffrées pour leur part à 63 806, soit 20% du total des demandes. Elles ont trait surtout à l'automobile, à l'immobilier, aux assurances ou à des services offerts par d'autres ministères ou organismes publics. Dans ces cas, les consommateurs ont été dirigés vers les organismes compétents.

L'information et l'insertion dans le milieu

Outre les travaux reliés à l'application des lois et au traitement des demandes de renseignements, le personnel de chaque bureau régional se livre à plusieurs activités d'information afin de renseigner la population qu'il dessert sur le contenu des lois que l'Office administre. Les programmes régionaux de communication ont été orientés vers les médias, les associations de commerçants et les associations et organismes s'occupant de protection du consommateur. Soulignons la participation, en 1983-1984, à 172 émissions de radio et à 88 émissions de télévision, de même que la diffusion, dans les régions du Bas-Saint-Laurent et de l'Abitibi-Témiscamingue, de séries d'émissions télévisées hebdomadaires à la réalisation desquelles a participé le personnel des bureaux régionaux concernés.

En ce qui concerne les associations de consommateurs, les bureaux régionaux du Saguenay-Lac-Saint-Jean, de Québec, de l'Estrie, de la Mauricie-Bois-Francs et de la Rive-Sud-Montérégie ont participé à l'organisation de sessions d'information destinées à ces groupes. D'autre part, un bon nombre de commerçants ont été informés des dispositions des lois qui les touchent, au cours de sessions d'information ou par l'envoi de documentation, ainsi que par les milliers de contacts à l'occasion de l'intervention des bureaux régionaux visant à l'indemnisation des consommateurs.

De plus, les bureaux régionaux ont émis 51 communiqués de presse qui avaient principalement pour but de mettre les consommateurs en garde contre certaines tactiques de vente ainsi que de les renseigner sur la qualité de produits ou de services offerts sur le marché.

Des mesures pour favoriser l'autonomie et l'indemnisation des consommateurs

En complément du rôle qu'elle a joué dans le domaine du traitement des plaintes, la Direction des bureaux régionaux a continué à mettre l'accent, en 1983-1984, sur l'application systématique de mesures propres à rendre les consommateurs plus autonomes et, en cas de besoin, à favoriser leur indemnisation sans qu'ils aient besoin de recourir aux tribunaux.

C'est ainsi que, conscient du fait que l'Office ne pourra jamais suffire à répondre à toutes les demandes individuelles des consommateurs, le personnel des bureaux régionaux incite les consommateurs qui se plaignent d'avoir été lésés par des commerçants à accomplir eux-mêmes une première démarche auprès de ces derniers afin de régler leurs problèmes. D'ailleurs, afin d'encourager les consommateurs à faire cette première démarche, les bureaux régionaux leur remettent un formulaire de plainte dont une copie est destinée au commerçant et l'autre à l'Office. La copie expédiée au commerçant facilite cette première démarche puisqu'elle permet de mieux circonscrire les faits et de favoriser ainsi la conciliation entre le consommateur et le commerçant.

Par ailleurs, si la première démarche auprès du commerçant s'avère infructueuse, le bureau régional prend des mesures pour favoriser l'indemnisation des consommateurs. Il intervient alors par un processus de médiation entre le consommateur et le commerçant. Cette étape constitue, la plupart du temps, la dernière chance qu'a le consommateur de voir reconnaître ses droits avant de les faire valoir devant les tribunaux.

En 1983-1984, cette technique de médiation a été utilisée dans le cas de 4 746 dossiers et a porté fruit dans une proportion de 44,5%. En valeur monétaire, une somme de 533 864 $ a pu ainsi être obtenue par des consommateurs grâce à l'action des bureaux régionaux de l'Office. Ce chiffre ne tient pas compte toutefois des divers autres types d'indemnisation non monnayables, tels que le respect des garanties, l'échange de biens défectueux, etc.

Lorsque le consommateur doit faire appel aux tribunaux, le bureau régional le conseille sur la démarche à entreprendre et lui fournit l'information pertinente quant aux articles de loi concernés et à la jurisprudence existante dans le domaine.

Enfin, soulignons que la Direction des bureaux régionaux a mis l'accent, au cours du présent exercice, sur le règlement global de certains problèmes de consommation. L'intervention des bureaux régionaux peut consister dans ces cas à rencontrer un commerçant ou un manufacturier afin d'obtenir une entente en faveur des consommateurs, à négocier avec les greffes de la Cour des petites créances afin de regrouper des causes similaires contre un même commerçant, à communiquer avec un groupe de consommateurs qui doivent exercer leurs droits contre un même commerçant afin de les informer des meilleurs moyens d'obtenir satisfaction. Ce type d'intervention permet d'assurer une indemnisation touchant un nombre significatif de consommateurs même si certains n'ont pas fait appel aux services des bureaux régionaux.

Plaintes concernant des domaines régis par les lois*

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport	27 734	9 615	37 349
2	Habitation	5 054	3 567	8 621
3	Appareils domestiques (gros)	3 945	1 756	5 701
4	Audio-visuel	3 784	1 696	5 480
5	Meubles	4 293	431	4 724
6	Vêtements	3 091	462	3 553
7	Prêt-crédit	1 797	1 016	2 813
8	Publications	1 787	904	2 691
9	Ministères et organismes publics	129	1 997	2 126
10	Appareils de chauffage	1 000	1 113	2 113
11	Vaisselleric	1 917	56	1 973
12	Enseignement	214	1 708	1 922
13	Aliments	1 087	174	1 261
14	Voyage-hôtel-restaurant	253	829	1 082
15	Appareils domestiques (petits)	648	271	919
16	Agences	75	770	845
17	Types d'énergie	380	423	803
18	Communications électroniques	335	428	763
19	Machinerie et outils	646	108	754
20	Organismes et entreprises	58	675	733
21	Bijoux	538	141	679
22	Animaux	507	41	548
23	Recouvrement de créances	92	437	529
24	Appareils de précision	414	110	524
25	Assurances	22	472	494
26	Jouets	371	56	427
27	Médicaments-prothèses	213	79	292
28	Articles de sport	205	67	272
29	Instruments de musique	222	47	269
30	Produits de beauté	158	109	267
31	Services professionnels	63	105	168
32	Camping	136	19	155
33	Funérailles	64	90	154
34	Déménagement	15	125	140
35	Produits d'entretien ménager	99	36	135
36	Placement	54	74	128
37	Feu-vol	59	20	79
38	Énergie-compteur	39	40	79
	Autres	5 049	1 945	6 994
	Total	**66 547**	**32 012**	**98 559**

Biens: 67,5%

Services: 32,5%

* Au cours de l'exercice, le système de statistiques a fait l'objet de quelques modifications qui ne changent pas de façon globale la signification des tableaux.

Plaintes concernant des domaines non régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Habitation	5 868	4 412	10 280
2	Véhicules de transport	4 863	1 648	6 511
3	Ministères et organismes publics	288	5 093	5 381
4	Assurances	162	5 090	5 252
5	Meubles	3 061	447	3 612
6	Vêtements	2 211	721	2 932
7	Audio-visuel	1 708	872	2 580
8	Appareils domestiques (gros)	1 714	446	2 160
9	Communications électroniques	278	1 269	1 547
10	Services professionnels	107	1 427	1 534
11	Prêt-crédit	780	483	1 263
12	Organismes et entreprises	112	1 105	1 217
13	Médicaments-prothèses	513	680	1 193
14	Types d'énergie	232	776	1 008
15	Aliments	840	152	992
16	Publications	317	384	701
17	Appareils de chauffage	274	330	604
18	Voyage-hôtel-restaurant	138	423	561
19	Bijoux	334	144	478
20	Machinerie et outils	331	119	450
21	Animaux	360	42	402
22	Appareils domestiques (petits)	212	180	392
23	Enseignement	44	330	374
24	Placements	149	174	323
25	Agences	7	278	285
26	Appareils de précision	181	71	252
27	Énergie-compteur	77	166	243
28	Produits de beauté	85	136	221
29	Vaisselierie	189	26	215
30	Instruments de musique	161	54	215
31	Camping	138	33	171
32	Déménagement	15	156	171
33	Jouets	135	19	154
34	Recouvrement de créances	16	128	144
35	Articles de sport	84	56	140
36	Funérailles	41	50	91
37	Produits d'entretien ménager	44	25	69
38	Feu-vol	41	21	62
	Autres	5 237	5 335	10 572
	Total	**31 347**	**33 405**	**64 752**

Biens: 48,4%

Services: 51,6%

Demandes de renseignements concernant des domaines régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport	19 349	2 948	22 297
2	Ministères et organismes publics	995	10 756	11 751
3	Appareils domestiques (gros)	9 175	786	9 961
4	Habitation	4 271	1 607	5 878
5	Audio-visuel	3 702	625	4 327
6	Appareils domestiques (petits)	3 360	148	3 508
7	Organismes et entreprises	436	2 479	2 915
8	Appareils de chauffage	1 476	574	2 050
9	Publications	1 376	648	2 024
10	Prêt-crédit	1 015	873	1 888
11	Meubles	1 578	192	1 770
12	Enseignement	225	1 259	1 484
13	Vêtements	976	137	1 113
14	Assurances	57	982	1 039
15	Aliments	848	187	1 035
16	Voyage-hôtel-restaurant	211	696	907
17	Types d'énergie	600	235	835
18	Agences	102	675	777
19	Machinerie et outils	568	51	619
20	Communications électroniques	418	170	588
21	Jouets	544	26	570
22	Vaisselleric	480	32	512
23	Produits de beauté	334	109	443
24	Appareils de précision	332	34	366
25	Feu-vol	317	29	346
26	Recouvrement de créances	61	275	336
27	Médicaments-prothèses	248	75	323
28	Services professionnels	88	222	310
29	Funérailles	89	168	257
30	Bijoux	160	42	202
31	Instruments de musique	184	18	202
32	Articles de sport	166	25	191
33	Produits d'entretien ménager	165	21	186
34	Animaux	146	36	182
35	Placements	78	81	159
36	Camping	126	2	128
37	Énergie-compteur	61	13	74
38	Déménagement	26	46	72
	Autres	5 978	2 682	8 660
	Total	**60 321**	**29 964**	**90 285**

Biens: 66,8%

Services: 33,2%

Demandes de renseignements concernant des domaines non régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport	9 304	1 708	11 012
2	Ministères et organismes publics	615	7 686	8 301
3	Habitation	3 267	2 641	5 908
4	Assurances	402	4 735	5 137
5	Organismes et entreprises	248	3 307	3 555
6	Appareils domestiques (gros)	2 024	266	2 290
7	Audio-visuel	1 419	432	1 851
8	Meubles	1 339	202	1 541
9	Vêtements	859	221	1 080
10	Services professionnels	100	946	1 046
11	Appareils domestiques (petits)	825	93	918
12	Prêt-crédit	294	618	912
13	Aliments	655	170	825
14	Appareils de chauffage	480	233	713
15	Communications électroniques	277	396	673
16	Types d'énergie	334	269	603
17	Publications	319	271	590
18	Médicaments-prothèses	266	291	557
19	Enseignement	103	421	524
20	Agences	50	465	515
21	Placement	140	258	398
22	Voyage-hôtel-restaurant	121	240	361
23	Machinerie et outils	232	61	293
24	Produits de beauté	184	105	289
25	Jouets	199	39	238
26	Bijoux	155	55	210
27	Animaux	139	36	175
28	Déménagement	25	122	147
29	Énergie-compteur	69	78	147
30	Recouvrement de créances	13	123	136
31	Appareils de précision	98	32	130
32	Instruments de musique	100	28	128
33	Vaissellerie	108	20	128
34	Articles de sport	82	41	123
35	Funérailles	45	66	111
36	Feu-vol	77	28	105
37	Produits d'entretien ménager	59	16	75
38	Camping	61	8	69
	Autres	8 193	3 799	11 992
	Total	**33 280**	**30 526**	**63 806**

Biens: 52,2%

Services: 47,8%

La Direction des affaires juridiques

Le mandat de la Direction des affaires juridiques est d'assurer le respect des lois dont la responsabilité est confiée à l'Office, à savoir la Loi sur la protection du consommateur, la Loi sur les agents de voyages et la Loi sur le recouvrement de certaines créances. Elle agit au moyen d'enquêtes puis, selon la nature de l'infraction, au moyen d'interventions administratives, telles que la mise en demeure, le règlement ou l'engagement volontaire, ou au moyen d'interventions judiciaires.

Afin de faciliter l'observance de la loi par les commerçants, la Direction joue un rôle préventif en répondant aux demandes de renseignements en provenance des milieux d'affaires et en vérifiant, sur demande, la conformité de leurs contrats avec la loi.

La Direction agit aussi à titre de conseiller juridique auprès des bureaux régionaux. Elle traite les plaintes reçues par ceux-ci et détermine les suites à leur donner, de même qu'elle fournit au personnel de ces bureaux toute opinion juridique dont il a besoin pour répondre aux demandes des consommateurs.

En complément de ses interventions d'ordre judiciaire, l'Office assure la protection du public consommateur dans les domaines de la vente itinérante, du prêt d'argent, des studios de santé, des agents de voyages et des agents de recouvrement des créances en assujettissant les commerçants qui exercent ces activités à l'obligation de détenir un permis et de déposer un cautionnement (sauf dans le cas des prêteurs d'argent). Ce cautionnement garantit l'exécution d'un jugement obtenu en vertu de la loi par un consommateur à l'égard d'un commerçant. Un commerçant, détenteur d'un permis, peut se voir retirer ce permis s'il ne se conforme pas à la loi dans l'exercice de ses activités commerciales.

L'objectif de l'Office est d'assainir les pratiques commerciales dans les secteurs du commerce soumis à sa juridiction et particulièrement dans ceux faisant l'objet d'un grand nombre de plaintes.

La Loi sur la protection du consommateur

L'automobile

En raison du nombre de plaintes reçues des consommateurs, il s'agit du plus important secteur d'activités de la Direction. Plus du quart des enquêtes et des poursuites sont consacrées à ce secteur relativement à l'observance des dispositions de la loi concernant les fraudes, la réparation et la vente d'autos usagées. Diverses interventions sont également faites auprès des manufacturiers concernant des vices de fabrication.

Au cours du présent exercice, le programme autotémoin a été étendu à toutes les régions du Québec. Ce programme a pour but de détecter et de prévenir la fraude dans la réparation des automobiles. Des spécialistes en mécanique provoquent un problème mineur sur une automobile en parfait état de fonctionnement. Un représentant de l'Office s'occupe alors de faire effectuer la réparation. On vérifie ensuite si les pièces facturées ont été effectivement installées, si le travail que le consommateur a eu à payer a été effectué, si d'autres pièces ont été changées inutilement et, de façon générale, s'il y a fraude dans la facture. Les établissements visités sont choisis en fonction de la fréquence des plaintes reçues.

Soixante-dix-neuf opérations ont été effectuées au cours de l'année et 16 condamnations ont été obtenues dans le cadre de ce programme. Celui-ci donne des résultats encourageants puisque, par rapport à l'année précédente, on note une diminution du taux d'infraction dans les centres urbains, ce taux étant passé de 43% à 27%; hors de ces centres, le taux d'infraction est nettement moins élevé puisqu'il se situe autour de 14%.

La publicité et les pratiques commerciales déloyales

Après le marché de l'automobile, il s'agit, en importance, du second secteur d'activités de la Direction. La loi interdit la publicité aux enfants et réglemente diverses formes de publicité, dont la publicité sur le crédit. Pour appliquer la loi, l'Office surveille de façon permanente la publicité télévisée et écrite. Les résultats de cette surveillance, pratiquée depuis près de quatre ans, ont permis d'assainir ce secteur. La publicité destinée aux enfants est maintenant chose du passé. Dans le domaine du crédit automobile, un blitz d'une trentaine de poursuites contre divers manufacturiers et concessionnaires a dû être entrepris en raison d'une recrudescence d'infractions à la suite de la baisse des taux d'intérêt. La situation est maintenant corrigée.

En ce qui concerne la publicité trompeuse et les pratiques commerciales déloyales, c'est-à-dire les fausses représentations au consommateur sur le prix ou la qualité des biens ou des services, quelque 217 entreprises, généralement des entreprises de vente au détail, ont fait l'objet d'enquêtes. En tout, 118 de ces entreprises furent poursuivies.

La réparation d'appareils domestiques

Dans ce secteur, afin de détecter et de prévenir les fraudes, deux programmes-témoins, semblables à

celui de l'automobile, sont en cours. L'un concerne la réparation des téléviseurs et l'autre la réparation de gros appareils électroménagers (par exemple, le réfrigérateur).

Soixante-cinq réparateurs de téléviseurs ont été visités à travers le Québec et, de ce nombre, 18 ont été pris en défaut. Le taux d'infraction dans les régions de Québec et de Montréal est de 53% contre 13% dans l'ensemble des autres régions. Une cause type a permis d'établir l'important principe qu'un réparateur qui remplace une pièce défectueuse par une pièce usagée sans le mentionner au client commet une pratique déloyale et est coupable d'une infraction à la loi.

Quant à la réparation des gros appareils électroménagers, 14 opérations ont été effectuées contre des réparateurs faisant l'objet de plusieurs plaintes du public et quatre de ces réparateurs ont été poursuivis.

La rénovation domiciliaire

Ce secteur est régi par les dispositions de la loi ayant trait aux représentations trompeuses et à la vente itinérante. Les sommes d'argent en cause sont généralement assez importantes. L'action de l'Office a surtout porté sur la conversion des systèmes de chauffage au système bi-énergie (électricité et mazout), compte tenu du grand nombre de plaintes reçues du public, tant en ce qui concerne des violations à la Loi sur la protection du consommateur que des problèmes d'installation ou de fonctionnement.

Trente-cinq enquêtes à l'égard d'autant d'installateurs de systèmes bi-énergie ont été effectuées à la suite de l'analyse de quelque 400 plaintes. De plus, l'Office a siégé sur un comité interministériel dont le mandat était de formuler des recommandations pour régler les divers problèmes suscités par la conversion à ces systèmes qui sont subventionnés par l'État.

Pour l'ensemble du dossier de la rénovation domiciliaire, 49 enquêtes ont été complétées et 30 poursuites ont été déposées.

La fiducie

Certaines dispositions de la loi obligent les commerçants à déposer dans un compte en fiducie les sommes reçues de consommateurs en vertu de contrats pour lesquels leur obligation est exécutée plus de deux mois après la conclusion du contrat. L'argent est ainsi conservé dans ce compte jusqu'à la livraison du bien, ce qui protège le consommateur en cas d'annulation du contrat ou de déconfiture de l'entreprise. Comme le respect de cette disposition fait rarement l'objet de plaintes de la part des consommateurs, la tenue du compte en fiducie fait l'objet de vérifications de routine de la part de l'Office ainsi que d'opérations spéciales dans certains secteurs. Cette année, notamment, l'Office a complété, en collaboration avec les associations de commerçants concernés, une opération spéciale auprès de l'industrie du pré-arrangement funéraire, dont le but était d'assurer l'assujettissement à la loi de ces entreprises. Ces entreprises perçoivent en effet des sommes importantes du public, particulièrement des personnes âgées, en vue de la prestation future de services funéraires. Cette opération a porté sur 368 entreprises.

La vente par correspondance

L'Office exerce une surveillance étroite sur les entreprises de vente par correspondance qui annoncent leurs produits aux consommateurs par la voie des journaux ou par de la publicité par courrier. La publicité sur la qualité de ces produits y est souvent trompeuse. De plus, à moins d'avoir fourni un cautionnement à l'Office, ces entreprises ne peuvent exiger de paiement avant d'avoir livré la marchandise. L'intervention de l'Office dans le cas d'une promotion par une compagnie américaine a permis le remboursement à travers le Canada de près de 300 000 $ à quelque 7 300 consommateurs insatisfaits. L'Office a mené 35 enquêtes dans ce secteur et huit entreprises ont été poursuivies pour des violations à la loi.

La Loi sur les agents de voyages

La Loi sur les agents de voyages, dont l'application a été confiée à l'Office en décembre 1981, a pour but de protéger les consommateurs en cas de déconfiture d'une agence de voyages. Cette loi prévoit notamment l'obligation de détenir un permis et l'obligation de déposer en fiducie l'argent des consommateurs jusqu'à ce que les services soient rendus; de plus, tout agent, grossiste ou détaillant, doit, en proportion avec son chiffre d'affaires, fournir un cautionnement individuel et cotiser à un fonds collectif. Le fonds des grossistes et celui des détaillants, qui comptent près de trois millions et demi de dollars, sont gérés par l'Office. Ils servent à rembourser les consommateurs en cas de déconfiture d'une agence.

Au cours de l'année, l'Office a annulé les permis de six agences pour lesquelles des fiduciaires furent nommés pour assurer l'indemnisation des clients.

Par ailleurs, l'Office a inspecté 285 agences relativement à la tenue du compte en fiducie, à la détention du permis ainsi qu'à certaines autres dispositions de la loi. Au total, 87 poursuites furent intentées alors que 83 jugements étaient obtenus totalisant près de 83 750 $ d'amendes.

La Loi sur le recouvrement de certaines créances

Cette loi vise à assurer que les personnes qui recouvrent une créance pour autrui le fassent avec honnêteté et compétence. Ainsi, elles doivent détenir un permis pour l'obtention duquel elles ont à verser un cautionnement. Celui-ci est destiné à indemniser les

personnes lésées par un manquement à la loi. De plus, l'argent recouvré doit être déposé dans un compte en fiducie jusqu'à ce qu'il soit remis à la personne pour qui il a été perçu. Enfin, les agents de recouvrement doivent soumettre leurs pratiques à des normes strictes.

La loi mentionne un certain nombre de pratiques interdites comme, par exemple, les menaces et l'intimidation. L'Office a conduit 12 enquêtes relativement à ces entreprises et déposé six poursuites.

Permis délivrés et droits perçus en 1983-1984

	Permis délivrés	Droits perçus $	Total des permis en vigueur au 31 mars 1984
Commerçants itinérants	832	164 845	1 803
Prêteurs d'argent	30	5 250	116
Studios de santé	72	14 350	110
Agents de recouvrement	39	6 825	44
Agents de voyages	1 205	106 980	946
Total	**2 178**	**298 250**	**3 019**

État des fonds collectifs des agents de voyages au 31 mars 1984

	Contributions de base	Intérêts accumulés	Total	Paiements effectués en cours d'exercice
Détaillants	1 220 865 $	550 843 $	1 771 708 $	139 080 $
Grossistes	1 075 051 $	639 520 $	1 714 571 $	78 867 $
Total	**2 295 916 $**	**1 190 363 $**	**3 486 279 $**	**217 947 $**

Synthèse des principales activités en 1983-1984, par secteur

Activités	Enquêtes	Poursuites	Jugements	Amendes $	Avis
Automobile	305	152	110	70 945	577
Publicité et pratiques de commerce	217	118	74	91 350	423
Crédit	55	2	5	1 300	20
Rénovation domiciliaire et isolation	49	30	17	11 850	37
Studios de santé et autres services à exécution successive	48	60	52	40 900	79
Fiducie	92	9	9	5 000	47
Réparation de téléviseurs et appareils domestiques	114	44	38	22 775	98
Recouvrement de créances	12	6	—	—	27
Agents de voyages	323	87	83	83 750	77
Autres	114	110	90	84 050	412
Total	**1 329**	**618**	**478**	**411 920**	**1 797**

La Direction des communications

La Direction des communications a pour rôle de promouvoir, auprès des consommateurs, la meilleure connaissance possible de l'Office et de ses services, des lois qu'il est chargé d'appliquer, ainsi que de tout élément de protection du consommateur dans son sens le plus large. De plus, la Direction collabore à la mise sur pied d'un programme d'éducation à la consommation en milieu scolaire. Enfin, elle coordonne les activités d'un centre de documentation dont le rôle est de recueillir et traiter toute information non administrative et de la diffuser au personnel de l'Office. Les associations de consommateurs ont également accès à ce centre.

Cette année encore, la Direction a mis l'accent sur la prévention en matière de protection du consommateur. Les programmes mis en application visaient à inciter les citoyens à prendre leurs responsabilités dans ce domaine et à acquérir ainsi une certaine autonomie pour régler des problèmes de consommation.

L'information

La présence marquée de l'Office dans les médias d'information contribue fortement à l'atteinte de ses objectifs. En 1983-1984, des efforts particuliers ont été entrepris pour mieux planifier et structurer ces interventions dans les médias écrits et électroniques.

Dans le but d'amener les consommateurs à effectuer des choix plus rationnels, des chroniques régulières sont présentées dans différentes stations de radio et de télévision pour assurer une diffusion additionnelle aux tests parus dans le magazine *Protégez-Vous*.

La Direction fait écho aux activités juridiques de l'Office en informant la population par l'émission de communiqués de presse et en accordant des entrevues dans le cadre d'émissions d'affaires publiques ou de bulletins de nouvelles. Cette mise en marché des condamnations obtenues par l'Office et de certains dossiers d'intérêt général pour les consommateurs vise à rendre ces derniers plus vigilants.

Pour que les consommateurs situés hors des grands centres urbains aient une information utile et complète sur les droits et recours que leur confèrent les lois administrées par l'Office, des séries d'émissions télévisées sont produites en collaboration avec les bureaux régionaux. Au cours du dernier exercice financier, les résidents des régions de l'Abitibi-Témiscamingue et du Bas-Saint-Laurent ont pu regarder ces émissions.

L'Office dispose aussi d'une série de 11 dépliants et de six guides d'application sur les lois qu'il administre. Ces documents ont tous été remis à jour et réédités en 1983-1984.

Bien que la présence de l'Office dans les médias d'information régionaux du Québec soit en grande partie assurée par les bureaux régionaux, la Direction des communications y collabore en assurant un rôle conseil et de soutien auprès des représentants régionaux.

Finalement, dans le but de permettre au personnel de mieux connaître les programmes et orientations de l'Office et d'apprécier le rôle de chaque entité administrative et des employés qui y travaillent, la Direction a préparé et mis en application une politique de communication interne.

Protégez-Vous et Protect Yourself

L'exercice 1983-1984 fut crucial pour le magazine *Protégez-Vous*, parce que quelque 78 000 abonnements expiraient en janvier. À la fin de janvier 1984, le taux de renouvellement des abonnements était de 70%. Fait à noter, 75% des personnes qui se sont réabonnées l'ont fait pour une période de trois ans. Au 31 mars, le tirage était de 180 000 copies dont 172 000 vendues par abonnement et 8 000 en kiosque. Quant au magazine *Protect Yourself*, ses ventes atteignaient, à la même période, 19 000 copies, dont 17 500 par abonnement, soit près de 4 000 copies de plus que l'an dernier.

La Direction a poursuivi ses efforts en vue d'assurer à ses magazines un contenu qui réponde le plus fidèlement possible aux attentes des lectrices et des lecteurs. Outre les articles réguliers portant sur les biens et les services de consommation courante, plusieurs grands dossiers ont été publiés durant cette période: les coupons-rabais, l'assurance automobile, les banques, les psychothérapies, pour ne citer que ceux-là.

De plus, trois cahiers spéciaux ont été encartés dans les pages des magazines: un guide de huit pages sur les associations de consommateurs, un cahier de 16 pages qui rendait public le résultat du sondage sur la durabilité des voitures (réalisé en collaboration avec le Club automobile du Québec) et un guide budgétaire de 16 pages (réalisé en collaboration avec les associations coopératives d'économie familiale). Signalons également deux innovations: la publication, à partir de septembre 1983, des données mensuelles sur le panier à provisions et un index permanent, publié depuis janvier 1984.

Enfin, pour soutenir l'effort d'éducation à la consommation de l'Office, *Protégez-Vous* consacre, depuis février, quelques pages chaque mois aux lecteurs de 14 à 18 ans. Le magazine aborde ainsi des sujets intéressant particulièrement cette clientèle: l'achat d'instruments de musique, la mode des vieux vêtements, la recherche d'un emploi d'été, etc.

Relations publiques

Dans le domaine des relations publiques, la Direction des communications s'était donné comme objectifs de mieux connaître les besoins et les attentes des associations de consommateurs pour y répondre de façon adéquate, d'accroître le soutien technique à cette clientèle et de faire la promotion des associations de consommateurs. Afin d'atteindre ces objectifs, la Direction a entretenu des relations suivies avec les associations.

Ces relations suivies ont permis la réalisation de plusieurs projets, dont l'organisation de cinq sessions d'information et de consultation tenues dans les régions de l'Estrie, Mauricie-Bois-Francs, Rive-Sud-Montérégie, Saguenay-Lac-Saint-Jean et Québec, la diffusion et une mise à jour continuelle d'un guide pratique destiné aux associations, la parution de six numéros du bulletin « Au fait... », dans lequel on trouve de nombreuses informations utiles aux associations, les envois de la revue de presse et du sommaire des périodiques de l'Office qui s'avèrent des outils économiques pour suivre l'évolution des dossiers de consommation.

Une campagne de promotion des associations de consommateurs a été menée en collaboration avec celles-ci et les représentants régionaux de l'Office, du 24 au 30 octobre 1983; un dépliant sur les associations a été produit et diffusé en encart dans la revue *Protégez-Vous* ainsi qu'à toutes les associations de consommateurs. Un communiqué de presse a été envoyé aux médias à l'échelle nationale en même temps que du temps d'antenne était négocié auprès des médias électroniques pour permettre aux associations de se faire connaître du public. Au total, 870 minutes de temps d'antenne ont été obtenues à la radio et à la télévision et 77 articles ont été rédigés dans les médias de presse écrite à la suite des démarches de l'Office. Pour les associations, le bénéfice immédiat de cette campagne s'est traduit concrètement par le recrutement de nouveaux membres et de bénévoles.

Les groupes d'action sociale ont été retenus comme une des clientèles importantes de l'Office durant l'exercice financier 1983-1984, car ces groupes travaillent auprès des plus démunis de la société: personnes âgées, communautés culturelles, bénéficiaires de l'aide sociale, chômeurs, personnes handicapées, analphabètes. Répondant à cette priorité, la Direction s'est attachée tout d'abord à identifier ces groupes qui agissent comme relayeurs ou multiplicateurs d'information auprès de ces clientèles, ensuite à les intégrer aux sessions d'information et de consultation organisées pour les associations de consommateurs, et, enfin, à préparer pour eux un outil d'animation relié à la série vidéo « Faut voir à son affaire » déjà produite par l'Office.

Ce guide, dont la diffusion dans les bureaux régionaux de l'Office a commencé en mars, a été conçu pour livrer une information sur la Loi sur la protection du consommateur par des personnes non animatrices de métier et non spécialistes de la loi.

Ce genre de production caractérise bien la démarche de la Direction face à ces groupes puisqu'il s'agit de leur fournir des instruments simples d'utilisation qui informent leur clientèle des divers aspects de la loi.

Face aux milieux d'affaires, la Direction a privilégié une approche d'information en continuant à publier la « Lettre d'affaires de l'OPC » et en répondant à différentes invitations venant du milieu pour des conférences sur les lois administrées par l'Office.

Éducation

Dans le secteur de l'éducation à la consommation, l'objectif était de faire porter l'effort au niveau des jeunes du primaire et du secondaire en fournissant aux éducateurs un matériel de support au nouveau programme scolaire « Formation personnelle et sociale », volet « Éducation à la consommation ». La Direction a donc complété deux guides d'activités d'apprentissage (primaire et secondaire) qui ont commencé à être mis à l'essai par une centaine d'enseignants de la province. Des négociations ont été faites avec plusieurs commissions scolaires de zones urbaines, semi-urbaines et rurales, en milieux aisés comme en milieux défavorisés, pour permettre à l'Office de former des enseignants à ce nouveau contenu et les familiariser avec les guides. La mise à l'essai a débuté en janvier et se terminera en juin 1984. Elle permettra une révision des guides d'activités d'apprentissage ainsi qu'une évaluation des besoins de formation des enseignants pour les deux années d'implantation du nouveau programme scolaire (1984-1985 et 1985-1986) qui deviendra obligatoire à l'automne 1986.

À cette époque, l'Office rejoindra avec son matériel tous les élèves du primaire et du secondaire, soit près d'un million de jeunes consommateurs durant 11 années de leur scolarité.

Documentation

Le centre de documentation de l'Office est constitué d'une collection d'environ 2 000 volumes et publications diverses. Il est mis à la disposition du personnel de l'Office ainsi que des associations de consommateurs, à qui il offre des services de consultation sur place, de prêt entre bibliothèques, de recherche bibliographique et de photocopie d'articles de périodiques.

La Direction de la recherche

La Direction de la recherche a pour fonction de procéder à des études et des recherches sur les différents secteurs de consommation ainsi que sur les problèmes des consommateurs. Ces études servent à éclairer les politiques de protection du consommateur et à appuyer diverses interventions de l'Office.

La Direction de la recherche avait pour mandat spécifique, en 1983-1984, d'analyser et, au besoin, de proposer des modifications au système de statistiques sur les plaintes et demandes de renseignements formulées auprès des bureaux régionaux; de rendre opérationnel le projet de relevés des prix du panier à provisions; de proposer une politique d'intervention de l'Office dans les domaines non régis par les lois. Ces mandats, qui découlent des objectifs généraux de l'Office, ont été menés de pair avec les activités courantes de la Direction, à savoir la réalisation de tests comparatifs et d'études relatives à des problèmes de consommation.

Le système de statistiques

L'Office s'est doté, il y a quelques années, d'un système de statistiques permettant de colliger le nombre et le motif des plaintes et des demandes de renseignements adressées aux bureaux régionaux. Ce système a fait l'objet d'une évaluation en 1983-1984.

Depuis l'automne 1983, un système de conception plus simple, répondant aux besoins exprimés par les utilisateurs éventuels et davantage orienté vers la gestion, a pris la relève.

Cet outil permet à l'Office d'identifier les principaux problèmes signalés chaque semaine dans chaque région du Québec en vue d'intervenir rapidement au besoin.

Le panier à provisions

Un projet de relevé des prix du panier à provisions avait été élaboré et mis à l'essai en 1982-1983, mais il n'est devenu véritablement opérationnel qu'au cours du présent exercice. Ce projet a pour objectif principal de connaître et d'analyser l'évolution des prix d'un nombre de produits achetés régulièrement par la population de 16 villes du Québec.

La méthodologie utilisée consiste à effectuer, le premier jeudi de chaque mois, un relevé de 139 prix se rapportant à 99 produits. À partir des données recueillies, l'Office calcule le coût hebdomadaire moyen du panier à provisions type pour une famille de quatre personnes. Les résultats obtenus sont publiés chaque mois dans le magazine *Protégez-Vous*.

Il faut noter l'apport des associations de consommateurs à la réalisation de ce projet. En effet, ce sont des membres de ces associations qui effectuent les relevés mensuels des prix.

La politique d'intervention

L'Office s'est doté, cette année, d'une politique d'intervention en matière de protection du consommateur en regard des dossiers non régis par ses lois et ce, afin de baliser son action dans ces domaines.

Les tests comparatifs

Dans le but de fournir aux consommateurs plus de renseignements sur la qualité et l'utilité d'un certain nombre de produits, l'Office a poursuivi son programme de tests comparatifs.

L'Office se préoccupe des produits de grande consommation reconnus comme nécessaires par la société actuelle ou encore des produits douteux pouvant faire l'objet d'une mise en garde ou d'une dénonciation pure et simple. Les produits présentant un intérêt particulier en raison d'avantages reconnus, mais pour lesquels le consommateur doit être prudent et bien informé avant d'en faire l'achat, font aussi l'objet des tests.

Dans tous les cas, l'accent est mis sur la fonction remplie par le produit étudié, avec les explications pertinentes. L'évaluation du produit quant à ses caractéristiques ou à sa performance est faite selon des critères qui reflètent les besoins des consommateurs et une méthodologie rigoureuse qui vise à faire ressortir les points forts et les points faibles de ce produit. La comparaison des résultats permet de fournir au consommateur des informations générales quant aux produits testés et des critères de choix relativement à l'acquisition de ces produits (guide d'achat).

Les rapports des tests sont utilisés par l'Office pour servir de base, en complément avec d'autres informations sur le produit, à la rédaction d'un article destiné à être publié dans les magazines *Protégez-Vous* et *Protect Yourself*. Au cours de l'année 1983-1984, les résultats de 20 tests ont ainsi été rendus publics.

Les études relatives à des problèmes de consommation

Divers sujets ou situations pouvant être synonymes de problèmes pour le consommateur ont fait l'objet d'études en 1983-1984. Les constatations qui en découlent ont permis ou permettront d'appuyer diverses interventions de l'Office, de contribuer à la mise à jour des lois relevant de sa responsabilité, de conseiller le ministre, d'informer le consommateur de ses droits et recours ou de le mettre en garde.

La Direction de l'administration et du personnel

La Direction de l'administration et du personnel fournit aux unités administratives de l'Office assistance, conseil et soutien en matière de ressources humaines, financières et matérielles.

Elle s'occupe de combler les postes vacants, d'assumer la formation du personnel, de gérer le budget, l'approvisionnement en matériel et l'aménagement des espaces. Elle doit également analyser les divers mécanismes de fonctionnement de l'organisme et voir à implanter des procédés administratifs permettant une gestion efficace. Elle est aussi responsable des relations avec les organismes centraux de l'administration gouvernementale. Enfin, elle agit comme titulaire de dossier auprès du responsable ministériel des programmes d'égalité en emploi.

Cette année, l'intégration des préposés aux renseignements a amené la Direction à consacrer des efforts en vue de replacer les employés visés et à combler les postes laissés vacants par le départ de ceux-ci afin que le service au public continue d'être assuré de façon optimale.

La Direction a également oeuvré à l'implantation d'appareils de traitement de textes à l'Office et à la préparation des cahiers de charges dans le but de doter l'organisme d'un plan directeur en informatique.

Mentionnons, enfin, l'engagement de la Direction dans le projet d'implantation d'un système de gestion des documents et la mise en application de nouveaux procédés administratifs permettant une gestion plus efficace du budget de l'Office.

Le Secrétariat

Le Secrétariat exerce un rôle de soutien dans les travaux des membres du Conseil d'administration de l'Office et coordonne les activités de différents comités formés par le Conseil. Il exerce aussi ce rôle de soutien pour la préparation, la tenue et le suivi des réunions de gestion auprès des différentes directions de l'Office et assiste la Direction de l'Office dans ses fonctions administratives de même que dans celles ayant trait à la planification et à la coordination.

De plus, cette unité administrative coordonne l'application des programmes d'égalité en emploi à l'intention des femmes, des personnes handicapées et des membres des communautés culturelles. Avec les membres des comités formés dans le cadre de ces programmes, elle prépare les plans d'action et surveille leur mise en oeuvre.

Finalement, le Secrétariat coordonne l'application du programme de subventions de l'Office. L'article 292 de la Loi sur la protection du consommateur confie en effet à l'Office le mandat de promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et de coopérer avec ces services ou organismes. À cet effet, l'Office a défini, pour l'exercice 1983-1984, des critères permettant de concrétiser un programme de subventions pour aider financièrement ces organismes. Les objectifs particuliers que visent ces programmes sont les suivants:

- appuyer la formation et le soutien d'organismes pouvant servir de multiplicateurs d'information et de services auprès des consommateurs;
- appuyer la réalisation de projets visant une plus grande autonomie des consommateurs et la protection de leurs intérêts;
- appuyer la réalisation de recherches appliquées ou théoriques portant sur tout sujet d'intérêt pour le consommateur ainsi que sur la Loi sur la protection du consommateur.

Les organismes qui se sont montrés intéressés à participer à ce programme d'aide devaient de plus se conformer à des critères généraux d'admissibilité tels que:

- être constitués en vertu de la troisième partie de la Loi des compagnies du Québec, de la Loi des associations coopératives ou d'un acte spécial de législature, et être sans but lucratif;
- avoir une structure permettant d'atteindre le plus grand nombre de consommateurs possible et ne pas limiter leur action à leurs seuls membres;
- accepter de fournir des renseignements d'ordre financier, ainsi que des données sur leur programme d'activités.

En 1983-1984, l'Office a reçu 98 demandes de subventions pour un montant total de près de 3 200 000 $. De ce nombre, les demandes de 39 organismes et chercheurs ont été accueillies favorablement, entraînant l'octroi de subventions totalisant 603 200 $.

L'octroi de ces subventions a aidé ces associations réparties dans tout le Québec à poursuivre leurs activités d'information, d'aide individualisée aux consommateurs, de consultation et de dépannage budgétaires. Il leur a également permis de développer une expertise particulière dans certains grands dossiers de consommation et de mieux préparer leurs interventions pour représenter et défendre les intérêts collectifs des consommateurs.

Le tableau suivant comprend la liste de ces organismes et les montants qui leur ont été versés dans le cadre du programme de subventions 1983-1984.

Subventions accordées aux organismes et chercheurs en 1983-1984

Nom de l'organisme ou du chercheur	Montant
Association des consommateurs du Québec inc. (ACQ)	76 500 $(1)
Association des consommateurs du Québec — section Drummondville	(1)
Association des consommateurs du Québec — section Haut-Richelieu	(1)
Association des consommateurs du Québec — section La Baie	(1)
Association des consommateurs du Québec — section La Tuque	(1)
Association des consommateurs du québec — section Laval	(1)
Association des consommateurs du Québec — section Montréal	(1)
Association des consommateurs du Québec — section Québec-Sainte-Foy	(1)
Association des consommateurs du Québec — section Sorel-Tracy	(1)
Association des consommateurs du Québec — section Trois-Rivières	(1)
Association des consommateurs du Québec — section Valleyfield	(1)
Association coopérative d'économie familiale de Granby	12 000 $
Association coopérative d'économie familiale de Joliette	(2)
Association coopérative d'économie familiale de la Rive-Sud	13 000 $
Association coopérative d'économie familiale de Laval	8 500 $

Nom de l'organisme ou du chercheur	Montant
Association coopérative d'économie familiale de l'Est de Montréal	(2)
Association coopérative d'économie familiale de l'Estrie	22 000 $
Association coopérative d'économie familiale de l'Outaouais	(2)
Association coopérative d'économie familiale de Québec	32 000 $
Association coopérative d'économie familiale de Sainte-Thérèse	(2)
Association coopérative d'économie familiale de Thetford-Mines	(2)
Association coopérative d'économie familiale de Trois-Rivières	(2)
Association coopérative d'économie familiale de Victoriaville	(2)
Association coopérative d'économie familiale du Centre de Montréal	(2)
Association coopérative d'économie familiale du Nord de Montréal	(2)
Association des consommateurs de la Péninsule inc.	5 000 $
Association pour la protection des automobilistes (APA)	15 000 $
Association pour la protection des intérêts des consommateurs de la Côte-Nord	20 000 $
Bureau des consommateurs Saint-Louis (Centre communautaire pilote « A »)	8 000 $
Carrefour d'Entraide Drummond inc.	13 000 $
Centre d'inspection et de prévention automobile de l'Estrie inc. (CIPAE)	24 000 $
Centre de bénévolat de Saint-Hyacinthe inc.	6 000 $
Centre de recherche et d'information en consommation de Port-Cartier (CRIC)	14 000 $
Centre de recherche et d'information en consommation Sept-Îles (CRIC)	10 000 $
Centre local d'information du consommateur de Saint-Félix-de-Valois (CLIC)	5 000 $
Centre populaire de Roberval inc.	5 000 $
Club automobile du Québec (CAQ)	13 000 $
Club coopératif des consommateurs de l'Islet-Sud	9 000 $
Fédération des associations coopératives d'économie familiale (FACEF)	80 000 $ (2)
Fédération des Comités de victimes de la MIUF du Québec	20 000 $
Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec (FNACQ)	12 000 $
Garage coopératif de Victoriaville	5 000 $
Groupe de recherche en animation et planification économique inc. (GRAPE)	20 000 $
Groupe droit-économie de l'Université de Montréal	5 000 $
L'Hirondelle; comité d'accueil inter-ethnique	8 000 $
Multi-Aide Haïtiens inc.	5 000 $
Regroupement des femmes de la région de Matane inc.	5 000 $
Robert Crevier, Jacques Desbiens et Guy Robert; module des Sciences de l'administration de l'Université du Québec à Chicoutimi	20 500 $
Service budgétaire populaire d'Alma inc.	13 000 $
Service budgétaire populaire de La Doré (Roberval)	3 200 $
Service budgétaire populaire de Jonquière inc.	5 000 $
Service budgétaire populaire de l'Estrie (Sherbrooke)	22 000 $
Service budgétaire Sud-Ouest inc. (Valleyfield)	7 000 $
Service d'aide aux consommateurs des Hautes-Laurentides	5 000 $
Service d'aide aux consommateurs de Shawinigan	18 000 $
Service d'aide aux consommateurs de Sorel	11 000 $
Service d'information et de référence du Lac	2 500 $
Service Information-Consommation; Coop des consommateurs de Montréal	25 000 $
Total	**603 200 $**

(1) L'Association des consommateurs du Québec distribue elle-même 26 500 $ à ses 10 sections.

(2) La Fédération des associations coopératives d'économie familiale répartit elle-même entre ses associations membres la subvention que lui accorde l'Office.